

iRobot: Robots para el hogar que hacen la vida más fácil

iRobot es líder en robótica y lleva más de 20 años desarrollando tecnología con una única misión: crear robots que marquen una diferencia en la vida de las personas. Se han vendido más de 7,5 millones de unidades en todo el mundo de su producto estrella para el hogar, Roomba. El mercado español es ahora mismo uno de los más importantes para iRobot y el liderazgo de la marca, se demuestra con los datos de 2011, año en el que iRobot fue la marca que más facturó en el sector de aspiración doméstica en España.

ROOMBA, EL ROBOT ASPIRADOR POR DEFINICIÓN

Roomba fue el robot aspirador que hizo popular la categoría en España, es por eso que en muchas ocasiones el público utiliza Roomba como sinónimo de robot aspirador. Roomba ha revolucionado el mercado porque deja limpio el suelo con sólo presionar un botón y algunos modelos se pueden incluso programar para no tener que preocuparse ni de darle al botón y que limpien, si queremos, mientras no estamos en casa. Roomba aspira y recoge la suciedad de cualquier tipo de suelo, incluyendo parquet, baldosa, alfombra, etc. La serie 700 de Roomba cuenta con los modelos más avanzados, entre ellos Roomba 770 que a finales de 2011 ganó el premio Producto del Año en la categoría Pequeños Electrodomésticos de Hogar. Los Productos del Año se eligen mediante el voto directo de diez mil consumidores, a través de una encuesta realizada mediante el panel TNS EAP, como muestra representativa de la población española. Cada consumidor vota, desde su hogar y entre los productos candidatos, aquellos que se considera más innovadores. Además, también se valora la prueba y compra de producto, y la satisfacción de éste.

La familia de robots para el hogar de iRobot se completa con Scooba, el robot fregasuelos, que, al igual que Roomba, funciona con sólo apretar un botón. Acaban de llegar a España Scooba 230, supercompacto para llegar a los rincones más estrechos de la cocina y el baño, con un proceso de limpieza en 3 etapas (limpia, friega y aspira el agua sucia); y Scooba 390, con batería de larga duración para fregar superficies mayores y con un cuarto paso previo para limpiar levemente el polvo y residuos del suelo. A diferencia de las fregonas tradicionales, sólo lavan el suelo con una solución limpia, que se mantiene en todo momento separada del agua sucia, de modo que Scooba elimina hasta el 97% de las bacterias presentes en el suelo, dejando el hogar perfecto e higiénicamente limpio.

¿Qué hace diferente a Roomba?

- Sistema de navegación inteligente iAdapt
- Sistema de limpieza en 3 etapas patentado
- Limpia a fondo alfombras, parquet, suelos de azulejos y de linóleo
- Limpia en los rincones, debajo de los muebles y alrededor de los obstáculos
- La tecnología Dirt Detect utiliza un sensor acústico para concentrar la acción de limpieza donde más falta hace
- Limpia hasta 90 minutos con una sola carga y se recarga automáticamente entre limpiezas
- Se puede programar durante 7 días (555 y superior)
- Evita las escaleras y otros desniveles
- Suave parachoques soft-touch
- Se libera por sí solo de cables y flecos de la alfombra
- Virtual Wall puede restringir la limpieza a una sola habitación o área



PRODUCTOS QUE DAN NEGOCIO



Además, la nueva serie 700 tiene:

- Avanzado cabezal de limpieza para un rendimiento superior
- Filtros tipo HEPA, para dejar el aire más fresco y saludable
- Depósito AeroVac™ Serie 2, para gestionar mejor situaciones con mayor cantidad de suciedad y pelos
- Parachoques soft-touch
- Dirt Detect™ Serie 2, con sensores ópticos y acústicos para focalizar la limpieza sobre una variedad de tipos de suciedad (770 y superior)
- Un indicador avisa cuando el depósito de polvo está lleno (770 y superior)
- Virtual Wall® Lighthouse™ organiza la limpieza de habitaciones adyacentes

Características de Scooba

- Sistema de navegación inteligente iAdapt™
- Limpia azulejos, linóleo y suelos duros sellados
- A diferencia de las fregonas, sólo utiliza agua limpia para limpiar el suelo
- Evita las escaleras y otros desniveles
- Virtual Wall® restringe la limpieza a una sola habitación o área
- Evita automáticamente moquetas y alfombras



ENTREVISTA

Cristóbal Martínez / Director Comercial de Termozeta España



Cristóbal Martínez

Director Comercial de Termozeta España



“A pesar de las dificultades del sector, Termozeta se ha decantado por la incorporación de nuevos y novedosos productos”

Presente con sus gamas de productos en los sectores de Planchado y Costura, Limpieza, Cocina, Cocción y Cuidado Personal, la empresa italiana Termozeta cuenta en su catálogo con un amplísimo volumen de referencias que la han convertido, en sus más de 65 años de vida, en una de las principales compañías de PAE. Su filosofía, basada en una búsqueda constante de soluciones innovadoras, estilo distintivo, calidad y funcionalidad, está apoyada por un diseño y creatividad completamente italiano. Una de sus últimas actuaciones a destacar es su introducción en el mercado del café de cápsulas en el que, como indica Cristóbal Martínez, Director Comercial de Termozeta España, “...disponemos de 12 modelos y una nave donde se selecciona, mezcla y se envasa el café trabajando las 24 h del día”.

Desde sus orígenes, en 1946, ¿cómo ha evolucionado Termozeta, hasta la actualidad? ¿Qué magnitudes tiene su compañía?

La evolución de Termozeta, tanto en Italia donde el posicionamiento de marca es muy importante, como en España, se ha centrado en la búsqueda de nuevos productos diferenciadores. Para ello disponemos de una oficina en China para I+D+i.

Nos hemos incorporado también al mercado del café de cápsulas (disponemos de 12 modelos) y una nave donde se selecciona, mezcla y se envasa el café trabajando las 24 h. del día.

Termozeta en Italia está considerada como una de las principales compañías, ocupando el tercer puesto en el ranking de ventas.

¿Qué estrategia está siguiendo para convertirse, de unos años a esta parte, en una marca de referencia del PAE en nuestro país?

Está basada en la calidad de nuestros productos con un diseño italiano diferenciador. Innovación y coste de los mismos es nuestra premisa.

Intentamos estar en todos los canales de distribución, ampliando nuestras posibilidades de negocio.

¿Qué principales características destacan de su amplia gama de productos? (Plancha y Costura, Limpieza, Cocción y Cuidado Personal) ¿Y qué les diferencia con respecto a su competencia?

Disponemos de una amplia gama de productos tanto en centros de planchado exclusivos, como en el resto de familias. En el mercado de costura

hemos realizado una incorporación de tres referencias, con unos resultados inmejorables y sorprendivos.

La diferencia con la competencia estriba en unos productos que disponen de un valor añadido importante, tanto en diseño como en la relación calidad-precio.

¿Qué le diría la distribución para que siga confiando en Termozeta?

Termozeta es una multinacional con amplios recursos innovadores, donde hemos añadido a nuestro amplio catálogo, un Servicio de Asistencia Técnica inmejorable (PRESAT).

I+D+i y Control de Calidad, ¿qué puede decirnos al respecto de sus productos?

Al disponer de una oficina en China (30 personas controladas por personal italiano) podemos seleccionar los mejores proveedores. Al mismo tiempo se realizan controles de proceso de fabricación (muestreo) y un control de producto final comprobando que el NAC (Nivel Aceptable de Calidad) es el correcto, antes de embarcarlo para nuestra sede. De ésta forma tenemos asegurada la fiabilidad del producto.

¿Cómo se está enfrentando Termozeta, a la crisis? ¿Consideran estos momentos como una oportunidad de negocio?

A pesar de las dificultades del sector, Termozeta se ha decantado por la incorporación de nuevos y novedosos productos con un valor añadido importante, en cuanto a prestaciones, manteniendo nuestra línea de precios. Es una oportunidad de negocio que tendrá su respuesta a medio plazo, pues en estos momentos lo importante es cuidar la cartera de clientes, manteniéndoles la calidad y coste de nuestros productos, y el servicio y atención que se merecen.

¿Tiene previsto Termozeta, sorprendernos con alguna novedad este año 2012?

Como cada año, Termozeta, incorpora nuevas referencias tanto en el mes de abril como en el mes de octubre, y éste año seguiremos incorporando novedades importantes a nuestro catálogo.

